Service Évaluation et Information Médicales
Unité d'Evaluation Médicale
ÉVALIN

Questionnaires CAPSule Santé,

FRAPS-Promotion Santé Centre-Val de Loire, 2021 (MAJ 2024)

Répondants : Enfants – Professionnels intervenants / Professionnels de santé, du social et de l'éducation

Description issue du Portail de Promotion Santé Région Centre Val de Loire (POPS) : https://fraps.centredoc.fr/index.php?lvl=cmspage&pageid=6&id_rubrique=133

La FRAPS-Promotion santé Centre-Val de Loire présente son Classeur d'Activité en Promotion de la Santé « CAPSule » qui cible 5 thématiques importantes de santé publique :

- L'éducation aux écrans,
- La vaccination,
- La santé-environnement,
- La nutrition,
- L'hygiène de vie.

L'outil CAPSule Santé comprend des fiches d'activités relatives aux cinq thématiques et ciblent le développement de compétences psychosociales auprès des enfants de 7 à 12 ans. Ces fiches d'activités peuvent être complétées par les enfants accompagnés par des professionnels/intervenants dans le milieu de la santé, de l'éducation ou du social.

Limites : fiches d'activités destinées auprès des enfants de 7 à 12 ans.

Fiche 16 : De la pub jusque dans mon assiette

Activité courte	**Activité longue**
7 ans et plus	
Avoir conscience de soi Communiquer de façon constructive Prendre des décisions constructives	

Matériel

- Magazines, affiches, emballages alimentaires
- Annexes
- Fiche d'accompagnement

Introduction :

Cette activité permettra d'exercer un regard critique sur les publicités alimentaires.

Objectifs :

- **Identifier les lieux et supports où se trouvent les publicités pour prendre conscience de leurs diversités.**
- **Développer un esprit critique face aux arguments de vente de l'industrie alimentaire.**
- **Sensibiliser les participants aux risques pour la santé du marketing alimentaire.**

Techniques utilisées :

- **Brainstorming**
- **Echange**

Déroulé de l'animation :

Etape préalable :

L'animateur demande aux participants, lorsque c'est possible, de ramener des publicités alimentaires (magazines, affiches, emballages) ou il s'en procure. Il est important de regrouper celles-ci pour ne pas faire répétition.

30 min Temps 1 : Localiser la pub

Pour les participants le but est de lister tous les lieux/supports où l'on peut trouver de la publicité. Les participants s'expriment à l'oral, l'animateur prend note au tableau. Une fois à court d'idées, il est important de regrouper les idées par catégories : magasins, médias (TV, radio, Réseaux Sociaux, ...), rues, transports en commun, etc. Puis l'animateur recentre sur les lieux où trouver de la publicité alimentaire, ils seront sensiblement identiques.

35 min Temps 2 : Analyser et interpréter la pub

L'animateur constitue des groupes de 4 à 5 participants (cf. Guide animateur pour des techniques de constitution de groupe). Il distribue la fiche critère (cf. Annexe 16.1) et la publicité, une pour deux au maximum. Il demande aux participants d'identifier les différents critères sur la publicité et de les noter sur la fiche. Une fois les critères remplis, l'animateur fait une mise en commun pour visualiser les différences entre les publicités.

10 min Temps 3 : Conclusion : Qu'est-ce qu'il faut retenir ?

L'animateur propose aux participants de discuter ensemble de la dernière question : "Est-ce que tu achèterais le produit ? Pourquoi ?" La réflexion peut être facilitée en faisant le lien entre les publicités et la notion de santé. (cf. fiche accompagnement).

Pour aller plus loin :

- Outils Réseau CANOPE - CLEMI "Exercer son esprit critique face à la pub"
- Des slogans dans mon assiette - Culture&Santé

Moi, la nutrition et les autres
Moi et la nutrition
C'est quoi la nutrition ?

© FRAPS Promotion Santé Centre-Val de Loire - Mai 2021 (MAJ Avril 2024)

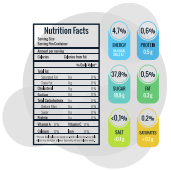
Fiche d'accompagnement : De la pub jusque dans mon assiette

Pistes de réflexion supplémentaires :

- **Sur quelles catégories d'aliments portent principalement les publicités pour les enfants ?**
  Les publicités portent principalement sur les produits gras, produits sucrés et produits salés.
- **A votre avis sur quels types de produits portent principalement ces publicités pour les enfants ?**
  La restauration rapide (Fast food), les chocolats et les boissons sucrées sont les trois secteurs qui font l'objet du plus gros montant d'investissements publicitaires alimentaires.
- **La majorité des publicités concernent-elles des aliments bons pour la santé ?**
  48% des investissements publicitaires, sur l'ensemble des médias, concernent des produits de Nutri-Score D et E, c'est à dire avec une faible qualité nutritionnelle.
- **Pour les entreprises alimentaires, quel est l'objectif de la publicité ? Sur quels médias la voyez-vous en majorité ?**
  L'objectif est de vendre un maximum de produits. La majorité (60%) des investissements publicitaires sont faits à la télévision et 20% sur internet.
- **Quel est l'intérêt de comprendre le fonctionnement du marketing alimentaire ?**
  Les enfants sont particulièrement vulnérables au marketing alimentaire, du fait notamment de leur moindre capacité à discerner son objectif et à faire des choix rationnels et conscients.

Source : (Escalon H, Serry AJ, Resche C. Exposition des enfants et des adolescents à la publicité pour des produits gras, sucrés, salés. Saint-Maurice : Santé publique France : 2020. 69 p.)

Pour aller plus loin :



- **Apprendre aux participants la lecture des étiquettes cf. Fiche 7 : Décrypte les étiquettes**
  Cela permet d'apprendre à vérifier les informations notées sur les publicités concernant la nourriture, par la lecture d'une étiquette. Par exemple : un produit dont la teneur est réduite en sucre, est-elle vraiment plus basse par rapport à celui que j'achète habituellement ?

- **Analyser et interpréter une pub à la maison**
  En utilisant la fiche critère, analyser une publicité télévisuelle alimentaire.
  S'aider de la famille présente à la maison pour l'interpréter si besoin.

© FRAPS Promotion Santé Centre-Val de Loire - Mai 2021 (MAJ Avril 2024)

Annexe 16.1 : De la pub jusque dans mon assiette

J'analyse la publicité

LE BUT EST DE DÉCRIRE CE QUE TU VOIS SUR LA PUBLICITÉ !

- Pour qui est faite cette pub ? ☐ Enfants ☐ Adolescents ☐ Adultes ☐ Personnes âgées ☐ Tout public
- Quel est le produit ? .....
- Pour toi le décor est : ☐ Réel ☐ Irréel
- Pour toi la pub est : ☐ Drôle ☐ Choquante ☐ Triste ☐ Fait rêver ☐ Surprend
- Quel est le slogan ? .....
- Pour toi, est-il vrai ? ☐ Oui ☐ Non ☐ Je ne sais pas
- Le produit est-il bon pour la santé ? ☐ Oui ☐ Non ☐ Je ne sais pas
- Est-ce que tu as confiance en cette pub ? ☐ Oui ☐ Non

Pourquoi ? .....

Est-ce que tu demanderais à tes parents d'acheter ce produit ?

☐ Oui ☐ Non

Pourquoi ?

.....

J'analyse la publicité

LE BUT EST DE DÉCRIRE CE QUE TU VOIS SUR LA PUBLICITÉ !

- Pour qui est faite cette pub ? ☐ Enfants ☐ Adolescents ☐ Adultes ☐ Personnes âgées ☐ Tout public
- Quel est le produit ? .....
- Pour toi le décor est : ☐ Réel ☐ Irréel
- Pour toi la pub est : ☐ Drôle ☐ Choquante ☐ Triste ☐ Fait rêver ☐ Surprend
- Quel est le slogan ? .....
- Pour toi, est-il vrai ? ☐ Oui ☐ Non ☐ Je ne sais pas
- Le produit est-il bon pour la santé ? ☐ Oui ☐ Non ☐ Je ne sais pas
- Est-ce que tu as confiance en cette pub ? ☐ Oui ☐ Non

Pourquoi ? .....

Est-ce que tu demanderais à tes parents d'acheter ce produit ?

☐ Oui ☐ Non

Pourquoi ?

.....

Moi, la nutrition et les autres

Moi et la nutrition

C'est quoi la nutrition ?

© FRAPS Promotion Santé Centre-Val de Loire - Mai 2021 (MAJ Avril 2024)